

TV2 ØSTJYLLAND^o

Public Service-redegørelse for 2021

Skabelon til de regionale TV 2-virksomheders public service-redegørelser

Baggrund

Med baggrund i de regionale TV 2-virksomheders public service-kontrakter for 2019-2023 ønskes der en skabelon til anvendelse i forbindelse med TV 2-virksomhedernes årlige public service-redegørelser.

Hensigten med skabelonen er først og fremmest at sikre en ensartet redegørelsesstruktur på tværs af regionernes individuelle public service-redegørelser, og at eventuelle misfortolkninger og fejlopfattelser af redegørelseskrav minimeres.

Skabelonen er udarbejdet med udgangspunkt i de regionale TV 2-virksomheders public service-kontrakter for 2019-2023 samt Radio- og tv-nævnets sekretariats erfaringer med public service-redegørelser og -udtalelser.

De regionale TV 2-virksomheder har bl.a. jf. public service-kontrakternes pkt. 3.4. "Strategi samt mål og målbare succesparametre" forskellige strategier, som hver især tager udgangspunkt i public service-kontrakten og den enkelte regions befolkningssammensætning, særlige behov og særegenhed. Forudsætningen for skabelonen er derfor, at den ikke anvendes til sammenligning af de regionale TV 2-virksomheders public service-redegørelser, men bruges til at evaluere den enkelte TV 2-virksomhed i forhold til dennes public service-kontrakt og public service-forpligtelser.

Læse- og redegørelsesvejledning

Skabelonens hensigt er at udgøre en fælles redegørelsesstruktur for den del af regionernes redegørelser, der vedrører public service-forpligtelserne.

Nummereringen refererer direkte til den af kontrakternes.

Der er til udvalgte forpligtelser knyttet en redegørelsesvejledning, der fremgår umiddelbart under definitionen af forpligtelsen.

Bemærk, at det for alle forpligtelser gælder, at hvis det ikke har været muligt at opfylde forpligtelsen, skal der ydermere redegøres for baggrunden herfor, og for hvordan forpligtelsen fremover kan opfyldes.

Generel information

Vejledning:

Nærværende punkt *kan* udfyldes, hvis det vurderes relevant at redegøre for forhold, der ikke er redegørelsespligtige jf. de regionale TV 2-virksomheders public service-kontrakter. Dette være sig informationer om dækningsområde, seer- og brugertal mm.

Redegørelse:

I 2021 var der kommunal- og regionsrådsvalg. TV2 ØSTJYLLANDs dækning tog særligt udgangspunkt i vores 5 lokalreportere, der siden maj 2020 har haft som dedikeret opgave at dække sendeområdets 9 kommuner. Lokalreporterne leverede gennem hele 2021 og særligt i efteråret kritisk og oplysende journalistik, hvor særligt kommunens kernevelværd blev gået efter i sømmene. Udover den løbende dækning afviklede TV2 ØSTJYLLAND også live-transmitterede debatter i hver kommune samt fra Region Midtjylland. Digitalt koncentrerede TV2 ØSTJYLLAND sin dækning på web og instagram, hvor et særligt valg-format blev udviklet med henblik på at ramme de yngre brugere. I bilag 1 kan man læse mere om seer- og brugertal for valgdagene, og i links herunder er der artikler om, hvordan vi greb dækningen an med vores lokalreportere samt på YouTube

<https://medium.com/digital-erfaringsudveksling-fra-tv2-ostjylland/sadan-brugte-vi-bubber-musikvideoer-quizzer-og-satire-til-at-fortaelle-unge-om-kommunalvalg-9222f898e68e>

<https://medium.com/digital-erfaringsudveksling-fra-tv2-ostjylland/to-ar-med-lokalreportere-alt-kulminerede-under-de-lange-knives-nat-3193fc85d4e5>

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal producere nyheds- og aktualitetsprogrammer og programmer omfattende kultur, oplysning og underholdning samt nyheds- og aktualitetstjenester.

Vejledning:

Nyhedsprogrammer definerer Radio- og tv-nævnet som oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport. Aktualitetsprogrammer er udsendelser i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information. Indhold omhandlende fritid, hobby og livsstil anses således ikke som aktualitet.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har i 2021 opfyldt forpligtelsen.

Vi har i 2021 sendt daglige nyhedsudsendelser på kanalen og i vinduerne på TV 2:

Kl. 17.16 Regionale nyheder (*mandag-fredag*)

Kl. 18.20 Regionale nyheder (*alle dage*)

Kl. 19.30 Regionale nyheder og programmer. Vejret i Østjylland (*alle dage*)

Kl. 22.00 Regionale nyheder (*mandag-torsdag*)

Programmerne er tillige tilgængelige på vores hjemmeside tv2østjylland.dk, hvorfra de kan streames på en lang række platforme, samt på fx TV 2 Play og Yousees tv-app. Hovedparten af indslagene er desuden udkommet i artikelform på hjemmesiden i en kombination af tekst, video og evt. andre digitale elementer.

Ydermere har vi i 2021 formidlet nyheder og aktualitet på Facebook, Instagram (herunder Instagram stories) og Youtube

Det nærmere antal indholdselementer fremgår af afsnit 3.4 og 5.1.

.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i deres programvirksomhed dække hele det regionale område - herunder i forbindelse med valg - og afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i det regionale område.

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har i 2021 opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLAND ønsker en konsekvent journalistisk dækning af alle kommuner i vores dækningsområde. Derfor oprettede vi i maj 2020 en redaktion med fem lokalreportere, som på fuld tid hver især dækker én eller to østjyske kommuner.

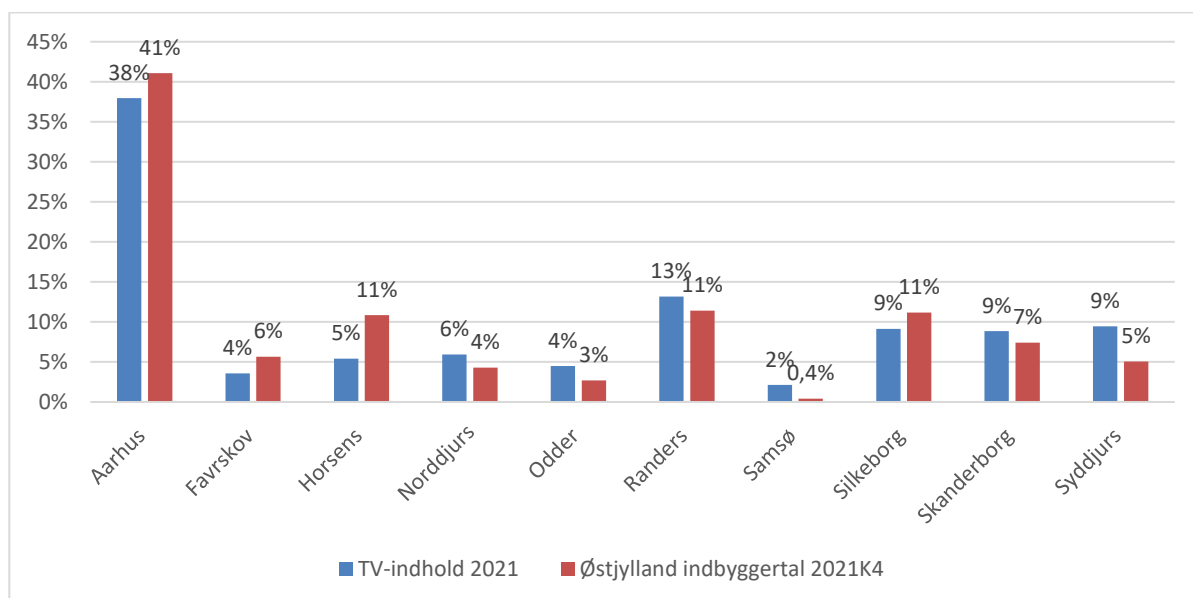
I de senere år har der været en del fokus på såkaldte nyhedsørkener, altså geografisk afgrænsede områder uden fast tilstedeværelse af journalister og uden en kontinuerlig journalistisk dækning. Fænomenet kendes også i Østjylland, og selvom flere regionale- og landsdækkende dagblade det seneste år har oprettet lokale redaktioner, er disse lokale aktiviteter stadig primært fokuseret omkring hovedbyerne Aarhus, Randers og Silkeborg. F.eks. er der i kommunerne Odder og Skanderborg ikke konsekvent dækning fra et dagblad.

Ud fra et demokratisk synspunkt er udviklingen uheldig. Kommunerne løfter en række af de helt store velfærdsopgaver indenfor bl.a. børne-, ældre- og handicapområdet, og derfor er det vigtigt, at der i pressen er fokus på, hvordan opgaverne bliver løst. Vi tror på, at kvaliteten af den journalistiske dækning stiger, hvis der er journalister, der fast har rettet deres fokus mod de enkelte kommuner – og det er netop baggrunden for indsatsen med vores lokalreportere.

For østjyderne er lokalreporterne desuden en indgang til TV2 ØSTJYLLAND, hvis de har tips eller idéer til historier, de mener, vi bør kigge nærmere på. Derfor arbejder vi konsekvent på at gøre lokalreporterne synlige i de kommuner, de dækker. Det sker fx ved at være på tv-skærmen, deltage i arrangementer eller være i dialog med brugerne i lokale grupper på Facebook.

Lokalreporterne udkommer med deres historier både på tv, web og Facebook. På den måde sikrer vi, at historierne kommer bredest muligt ud. Foruden de fem lokalreportere tæller redaktionen også en redaktør, en fotograf og en journalistpraktikant.

I nyhedsudsendelser på tv fordeler andelen af indslag fra de enkelte kommuner sig som følger:



Den umiddelbart store dækning af Samsø dækker over et meget lavt befolkningsantal i sammenligning med de øvrige kommuner, og for at sikre en vis dækning af kommunen kræver det mere end én årlig tilstedeværelse.

Horsens dækkes af TV SYD, hvorfor vi kun er til stede i begrænset omfang.

Som det ses, er andelen af tv-indhold fra de øvrige kommuner nogenlunde tilsvarende kommunestørrelsen inden for en acceptabel variation.

På tv2østjylland.dk tager antallet af artikler fordelt på kommuner i 2021 sig ud som følger:

Aarhus: 1490

Favrskov: 139

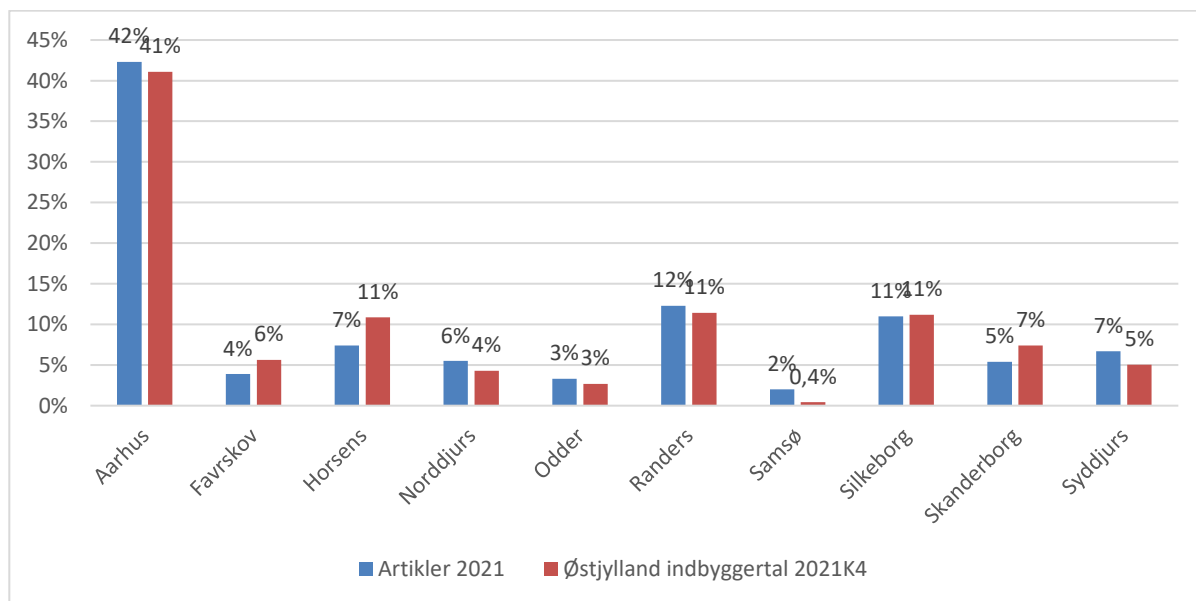
Horsens: 262

Norrdjurs: 195

Odder: 118

Randers: 433
 Samsø: 70
 Silkeborg: 387
 Skanderborg: 192
 Syddjurs: 237

Målt op i forhold til kommunernes indbyggertal ser fordelingen ud som følger:



Antallet af artikler afspejler i vid udstrækning den generelle fordeling af indhold, der også gælder i vores nyhedsudsendelser som helhed, eftersom hovedparten af artiklerne omhandler emner behandlet i tv-nyhedsudsendelserne.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal fokusere på udvikling af indhold og distributionsformer, der ud fra en helhedsbetragtning er relevant i det pågældende regionale område, herunder ift. befolknings sammensætningen mv.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLANDs målgruppe adskiller sig primært på to parametre: Sendeområdet er kendetegnet ved at have den største mængde af 18-30-årige (20 % iflg. Danmarks Statistisk Q4 2021) iblandt alle TV 2-regionernes sendeområder (DK gennemsnit: 17 %), og området er blandt de regioner, hvor færrest har tv'et tændt, når den regionale hovednyhedsudsendelse rammer skærmen kl. 19.30 – 23,7 % ser fjernsyn kl. 19.30 i det østjyske sendeområde mod 24,3 % på landsplan (PUT%).

Det vil altså sige, at TV2 ØSTJYLLANDs potentiale for at ramme vores målgruppe med indhold på tv er lavere end hos flere af de øvrige regionale stationer. Dermed giver det mening at fokusere på at udkomme konsekvent på digitale platforme, hvor målgruppen i højere grad befinder sig.

Ifølge den årlige kendskabsmåling fra 2021, lavet for TV2 ØSTJYLLAND af Human Engage ApS, ser 81 % af de +51-årige dagligt tv, mens tallet for de 15-29-årige er 19 %. Den yngre målgruppe bruger derimod platforme som Facebook (45 %), Instagram (43 %) og YouTube (39 %) på daglig basis – men mange af de digitale platforme bruges faktisk også på daglig basis af de ældre. Her ser vi eksempelvis, at hele 48 % af de 51+-årige bruger Facebook dagligt.

TV2 ØSTJYLLAND har således de senere år været igennem en stor digital transformation, så de klassiske tv-nyhedsudsendelser er bevaret for den store – men stadig svindende – mængde, der benytter dem (i 2021 så gennemsnitligt 54.500 østjyder vores 19.30-udsendelse (Rtg000)), samtidig med at vi med en konsekvent tilstedeværelse har formidlet vores indhold på web, Facebook, Instagram og YouTube.

Mens TV2 ØSTJYLLAND således generelt i nyheds- og aktualitetsformidlingen benytter sig af ”yngre” platforme, laver vi også særskilt indhold rettet mod de 18-30-årige, der – som redegjort for indledningsvis – er overrepræsenteret i vores landsdel.

Indhold målrettet ’unge’ og ’unge voksne’

Vi har i 2020 gennemført en større målgruppeundersøgelse blandt de 18-25-årige og på baggrund af den har vi også i 2021 arbejdet med to sub-målgrupper – *unge* og *unge voksne*. I hver af de to målgrupper arbejder vi med syv *personaer*, som hver repræsenterer en større gruppe af typiske unge i vores region. Vi arbejder målrettet med at udvikle indhold til alle målgrupper på baggrund af vores målgruppeundersøgelse – men erkender fuldt ud, vi ikke kan ramme alle unge og unge voksne på én gang. Vi målretter de enkelte serier og dokumentarer til dele af målgruppen.

Eksempelvis er der stor forskel på en 18-årig gymnasieelev, der bor hjemme – og en udlært automekaniker på 25 år med hus og barn. Det skal vi tage højde for, når vi producerer indholdet, og her danner målgruppearbejdet fundament for det videre arbejde.

Alt indholdet på YouTube udgives som indhold fra TV2 ØSTJYLLAND, og det er vores klare oplevelse, at det stiller TV2 ØSTJYLLAND i et nyt lys for unge, som i meget lille grad forbruger fx regionale nyheder eller ser traditionelt TV. Målsætningen er at få flere unge i alderen 18-25 år til at tænke; ”TV2 ØSTJYLLAND laver også indhold, til sådan en som mig”.

I kendskabsmålingen fra 2021 svarer 67 % af unge i alderen 15-29 år ”enig/meget enig” til udsagnet ”TV2 ØSTJYLLAND henvender sig til personer på min alder”. I kendskabsmålingen fra 2020 lå dette tal på 61 %.

Af kendskabsmålingen fremgår det også, at 15-29 årige i Østjylland klart foretrækker TV2 ØSTJYLLAND som leverandør af indhold og nyheder fra lokalområdet: 50% af de 15-29 årige svarer ”TV2 ØSTJYLLAND”, nde bliver spurgt til hvilke medier de oftest får indhold og nyheder

om lokalområdet fra. De næstmest brugte medier bliver nævnt af 24% af de adspurgte, hvilket gør TV2 ØSTJYLLAND til klart mest foretrukne medie i den unge aldersgruppe.

TV2 ØSTJYLLAND skal være til stede, hvor de unge er. YouTube er vores primære platform til at nå unge og unge voksne i alderen 18-25 år, da det er den distributionsplatform, som giver os de bedste muligheder, for at servicere en omskiftelig målgruppe med Public Service-indhold. Vi har dedikeret TV2 ØSTJYLLANDS YouTube-kanal til denne målgruppe, og producerer målrettet indhold hertil.

YouTube fungerer som platform på alle de devices, som unge benytter sig af – herunder mobiler og computere. Vi målretter videoindholdet til de unge og unge voksne der, hvor de foretrækker at forbruge indhold, og vi producerer indholdet, så det fungerer optimalt på platformens præmisser.

Strategisk indholdsfokus på YouTube

Vi har fokus på tre typer videoindhold til TV2 ØSTJYLLANDS YouTube-kanal: dokumentarer, fakta- og reportageserier, samt ungdomsfiktion. Alt indhold tager udgangspunkt i østjyske unges liv. Der er på tværs af genrer udgivet 77 videoer på YouTube i 2021.

Dokumentarer

Vi har i 2021 publiceret 12 videoer med dokumentarstof på YouTube. Emnerne spænder vidt fra en dokumentar om et stigende misbrug af opioider blandt danskerne, til en dokumentar om det at være unge østjyder efter en kønsskifteoperation. Fælles for dokumentarerne er, at de er målrettet unge østjyder og er relevante for målgruppen

Fakta- og reportageserier

I 2021 distribuerede vi serierne 'Fraggers i form' og 'Fraggers i form 2', 'Døds krydset' og en serie med en stribe selvstændige portrætter af unge kvinder med tematikken 'Vilde Skæbner'. I alt har TV2 ØSTJYLLAND udgivet 26 videoer i genren fakta- og reportageserier, samt en række videoer med ekstramateriale.

Fiktion

I foråret 2021 distribuerede TV2 ØSTJYLLAND ungdomsfiktionsserien 'Nylon' på YouTube. Serien var i 14 episoder, og var instrueret af Jonas Risvig. 'Nylon' udspiller sig i Østjylland, primært Silkeborg, og skuespillerne er lokale unge.

I december 2021 havde komedieserien 'Panik' premiere på YouTube. Serien udspiller sig i Randers og har århusianske komiker Victor Lander i hovedrollen. 8. og sidste episode blev sendt 23. januar 2022.

Lokal-reporterne

Indsatsen med lokalreporterne, som omtalt i punkt 3.2, er også en del af strategien om at udvikle indhold og distributionsformer under hensyntagen til befolkningssammensætning. Flere kommuner i vores sendeområde dækkes ikke kontinuerligt af et dagblad, og derfor er der et større behov for lokal journalistik i dele af vores sendeområde. Lokalreporterne eksperimenterer i denne forbindelse med at distribuere indholdet i relevante lokale facebookgrupper samt fra egne facebookprofiler, og ikke alt indhold de producerer, udkommer på den regionale sendeflade i TV. Hvis indholdet er snævert geografisk relevant, udkommer indholdet udelukkende via vores lokalsider på hjemmesiden.

Indsats i Gellerup

En målgruppe, som vi i lighed med mange andre medier har vanskeligt ved at nå, er den befolkningsgruppe, der bor i socialt belastede boligområder med anden etnisk baggrund end dansk. Derfor iværksatte TV2 ØSTJYLLAND i 2020 et projekt med det formål at skabe relevant og samtalskabende indhold til unge under 30 i Aarhus Vest. I hele 2021 har vi produceret indhold fra en nyoprettet redaktion i Gellerup, hvor 2-3 journalister arbejder på at udvikle og producere indhold til udgivelse på instagram, Facebook og Spotify under navnet 'Gellerup LIVE'. Udover at producere indhold til målgruppen er det ligeledes et mål at projektet også skal spotte talenter fra målgruppen, som skal deltage i indholdsproduktionen. I 2021 har i alt 4 unge med minoritetsbaggrund været tilknyttet vores talentprogram og været med til at producere indhold. Gellerup LIVE udgav i 2021 debatter live på Facebook, portrætter på instagram, reportager og dokumentar til både instagram og Facebook – samt podcast.

Podcast

I 2021 udgav vi 'Fodspor', en historiskbaseret podcast-serie, der behandler 9 forskellige dramatiske historiske begivenheder i Østjylland gennem tiderne. Serien bliver den første i en række forskellige bud på, hvilken rolle podcast som distribution og indholdsformat skal fylde i TV2 ØSTJYLLANDs portefølje.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

REGIONEN skal opstille en strategi for den femårige aftaleperiode, jf. bilag 1. Strategien kan evt. justeres i løbet af kontraktperioden efter aftale med Kulturministeriet, såfremt REGION fremlægger en særlig begrundelse herfor.

I forlængelse af strategien skal REGIONEN årligt opstille mål og målbare succesparametre ift. at lægge vægt på tilknytningen til regionen og til regional alsidighed samt ift. produktion og kvalitet.

Mål og målbare succesparametre meddeles Kulturministeriet i forbindelse med indsendelsen af REGIONEN's budget til kulturministeren og Folketinget.

I forbindelse med REGIONEN's udarbejdelse af redegørelsen for, hvordan public service-forpligtelserne mv. er blevet opfyldt i det forudgående kalenderår, jf. afsnit 8, skal REGIONEN redegøre for opfyldelsen af den opstillede strategi i form af de opstillede mål og målbare succesparametre herunder for:

- 1) Resultaterne af de opstillede mål og målbare succesparametre.
- 2) Den kommende indsats ift. de opstillede mål og målbare succesparametre.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt de for 2021 opsatte budgetmål.

Se bilag 2 – vedhæftet - Budgetmål 2021

Yngre målgrupper

Målet indfriet

TV2 ØSTJYLLAND benytter sociale medie-platforme dagligt i bestræbelserne på at ramme særligt yngre målgrupper. Når vi producerer til de forskellige platforme, er vi meget bevidste om, hvordan indhold og historier skal produceres for at performe. Det er dermed ikke alle historier i en daglig nyhedsproduktion, der ender som et opslag på f.eks. instagram eller Facebook.

Derfor er det også svært præcist at angive, hvor mange historier og hvor mange historie-typer, der vil udkomme fordelt hen over et år.

I 2021 udkom vi med historier på følgende måde:

Instagram:

Opslag: 1.065

Memes: 133

Stories: 191

Reels: 67

Antal følgere ved årets udgang: 39.092

Facebook:

Antal unikke videoer: 676

20 satire afsnit: 21

YouTube:

Short doks: 13

Fakta-serier af 4-8 afsnit: 4

Enkelte af budgetmålene er ramt over målet, andre en anelse under, men i et samlet hele betragter vi målet som opfyldt.

Samtaler på sociale medier

Målet indfriet

TV2 ØSTJYLLAND har gennem hele 2021 arbejdet strategisk med at facilitere samtalerne og debatterne i vores kommentartråde på facebook, instagram og YouTube. Vi har indfriet målet om at dedikere et årsværk til formålet.

Hele landsdelen

Målet indfriet

I 2021 har hver kommune haft tilknyttet en lokalreporter som omtalt i punkt 3.2.

Vi har mindst 5 gange om ugen sendt indslag i vores 19.30-udsendelse ude fra landsdelen.

Både fsva indslagene i TV samt vores artikler på tv2østjylland.dk afspejler antallet af historier det forholdsmæssige befolkningsantal geografisk fordelt på kommunerne.

Kendskabsgraden for vores lokalreportere er hævet til 52%, hvilket er en stigning på 17 procentpoint sammenlignet med målingen i 2020.

Længere formater

Målet er indfriet

I 2021 har TV2 ØSTJYLLAND produceret 15 webdoks til mobil, der går i dybden med en historie, skabt og udviklet af redaktionen. Alle webdoks er ligeledes blevet indtalt således at indholdet kan forbruges af borgere på farten samt borgere med synsbesvær.

Kultur

Målet indfriet

TV2 ØSTJYLLAND producerede i alt 55 kulturprogrammer som blev sendt i TV2-vinduerne gennem 2021.

Ligeledes dækkede vi 4 større kulturbegivenheder på tv, web og sociale medier: Kapsejlad, Classic race, Aarhus festuge samt Randers festuge.

Original og delbar journalistik

Målet indfriet

Vi sendte i alt 520 historier til Ritzaus citattjeneste i 2021 – men selvom vi ikke sendte lige så mange af sted, som vi budgetterede med, er vores journalistik blevet citeret af andre medier hele 4.486 gange. Dermed betragter vi målet som opnået, da formålet med at sende historier til Ritzau er at andre skal citere vores indhold.

Gellerup

Målet indfriet

Redaktionen i Gellerup, der producerer under navnet 'Gellerup LIVE' har i 2021 produceret i alt 154 stykker indhold, som er udkommet enten som podcast, på instagram eller Facebook.

Desuden har redaktionen i Gellerup haft i alt 4 unge med minoritetsbaggrund tilknyttet som talenter, hvor de har været medskabere af det redaktionelle indhold.

Kommunal- og regionsrådsvalg

Målet er indfriet

TV2 ØSTJYLLAND har siden maj 2020 haft 5 lokalreportere dedikeret til fuld tid at dække en eller to af kommunerne i vores sendeområde. Dermed har de 5 lokalreportere oparbejdet et indgående kendskab til kommunerne halvandet år op til kommunal- og regionsrådsvalget 21. Udover de 5 lokalreportere har vi tilknyttet yderligere 5 reportere, der i 2 måneder forud for valget også indgik i den løbende valgdækning

På tv2østjylland.dk kunne brugerne deltage i kandidattest, som blev lavet i et samarbejde mellem TV2 regionerne, TV 2 samt en række private, regionale dagblade.

Vi afholdt i alt 10 live-debatter, som vi sendte på vores tv-kanal og på Facebook – samt i uddrag i vores nyhedsudsendelser på TV2 Danmark. De 10 debatter tog udgangspunkt i hver af vores 9 kommuner samt i Region Midtjylland

Vi indgik et samarbejde med Aarhus Ungdommens Fællesråd om valgmøder med ungdomspolitikere samt vi udviklede et indholdsformat målrettet unge med minoritetsbaggrund på vores redaktion 'Gellerup LIVE'. Formatet blev en YouTube-serie, der hedder 'HÅB for kommunen'.

Beskrivelse af effektiviseringer gennemført i årets løb

Outsourcing af administrative systemer til en cloud-løsning er tilendebragt og det tilhørende IT-hardware er nedlagt. De ting tilsammen har mindsket det interne IT-ressourceforbrug og bemanningen i den tekniske support er reduceret med det der svarer til to årsværk. En sidegevinst til dette er en besparelse på el-forbruget – der i 2020 blev reduceret med 20% i forhold til 2019 – og reduceret med yderligere 9% i 2021.

Et andet mål var i 2021 yderligere effektivisere produktionen af indhold til TV2- vinduerne med 2,5%, for i stedet at anvende tilsvarende flere ressourcer til produktion af indhold til målgrupper på andre relevante platforme. Det mål blev opnået, idet der i 2021 blev anvendt 60% af omkostningerne til nyhedsrelateret indhold mod 64% i 2020 og der blev anvendt 24% af omkostningerne til produktion af øvrigt indhold på andre platforme mod 22% i 2020.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

REGIONEN skal have fokus på formidlingen af kunst og kultur samt dækningen af kulturlivet i det regionale område.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

Vi har i 2021 arbejdet med flere ugentlige formater, og en række kortere, serielle formater på TV og web-TV.

Faste, ugentlige kulturformater

'Kulturen' sendes sædvanligvis om søndagen, og behandler store og små kulturbegivenheder. Det er her vi f.eks. dækker en særlig udstilling hos f.eks. Museum Østjylland eller KØN.

'Nørderi' tager udgangspunkt i østjyder, der samler på eller dyrker et særligt hjørne af populærkulturen. Det er her i formatet man f.eks. møder en østjysk kvinde, som bor som i 1920'erne, manden med Danmarks største samling af tinsoldater, eller en fugleinteresseret århusianer, der har ombygget hele haven til en voliere

Korte, serielle kulturformater

'Drengene og chokoladefabrikken' handlede om opsætningen af 'Charlie og Chokoladefabrikken' på Aarhus Teater. Serien var i tre afsnit.

'Fisken på disken' fulgte i fire afsnit livet på Aarhus Havn, hvor 5. generation af Clausen kæmper for det forsvindende erhverv som fiskehandler. Serien er samtidig et historisk tilbageblik på havnens udvikling og en refleksion over dansk madkultur gennem tiderne.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

De programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, jf. pkt. 3,1, skal så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter.

Andre regionale TV 2-virksomheder betragtes ikke som øvrige producenter i denne sammenhæng.

De nuværende aktiviteter ift. at fremme dialogen og samarbejdet mellem de uafhængige producenter og REGIONEN videreføres.

Vejledning:

Radio- og tv-nævnet definerer øvrige programmer og tjenester som programmer og tjenester, der ikke består af nyhedsprogrammer inklusive trafik, vejr og sport samt ikke udgør bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer, som omhandler samfundsmæssig information. Eksempler på øvrige programmer og tjenester kan være indhold om fritid, hobby og livsstil.

Bemærk at programkategorien til kontraktens punkt ”3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter” (ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer) adskiller sig fra den af kontraktens punkt ”3.11 Europæiske programmer” (ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv).

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLAND har købt:

fiktionsserien ”NYLON” af Jonas Risvig.

en serie ’Gellerup Live’ af Frekvens Media

en serie ”Fisken på disken” af TakeAway TV

en serie ”Fodspor” af Frekvens Media

Af i alt 52 timers 1. gangs-udsendelser udgør 25 timer – eller 48% - af øvrige programmer - køb hos øvrige producenter.

3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder

Forpligtelsen:

REGIONEN skal samarbejde med tilstødende regionale TV 2-virksomheder om at dække de grænseområder, der er etableret med kommunalreformen og folketingsvalgkredsinddelingen den 1. januar 2007. Samarbejdet kan bestå i udveksling af indslag, oplysninger mv., der ud fra en helhedsbetragtning er relevante at udsende i det pågældende dækningsområde.

Vejledning:

Hvad gøres konkret for at sikre, at befolkningen i disse områder sikres al relevant information? Samsending, udveksling af programmer og indslag m.v. Omfanget af samarbejdet – f.eks. antal udvekslede indslag/programmer el.lign.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLAND samarbejder med de andre TV 2-regioner, herunder særligt TV MIDTVEST og TV SYD med hvem vi deler dækningen af henholdsvis Silkeborg og Horsens. Vi bragte således i 2021 60 artikler på tv2østjylland.dk i partnerskab med TV SYD og 166 i partnerskab med TV MIDTVEST

TV2 ØSTJYLLAND samarbejder fortsat med TV SYD, TV 2 NORD, TV 2 ØST, TV 2/FYN, TV MIDTVEST og TV 2 LORRY om digitale løsninger. Samarbejdet udvikler sig og omfatter i dag udvikling og drift af hjemmesider, nyheds-app, videoplatform, nyhedsbrevssystem, tracking-systemer og statistiksystemer.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder påse, at mindreårige sikres mod skadeligt indhold.

Redegørelse:

Vores sendetidspunkter på TV2 DANMARK er bestemt af sendetidsaftalen, som en del af public service-kontrakten. Vi er derfor opmærksomme på, at nyhedsudsendelserne ikke udsætter børn for indslag, der kan være skadelige for deres fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Hvis vi en sjælden gang bringer voldsomme eller ubehagelige billeder, advarer vi altid på forhånd.

Der har ikke været klager eller seerhenvendelser om vores dispositioner på dette område.

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

REGIONEN skal tekste den regionale hovednyhedsudsendelse på den regionale tv-kanal alle ugens dage.

REGIONEN skal endvidere over kontraktperioden styrke handicappedes adgang til public service-tilbuddene ved at udnytte nye teknologier på web og mobil og ved generelt at lave forsøg med ny teknologi, der giver bedre tilgængelighed for handicappede.

De regionale TV 2-virksomheder nedsætter i fælleskab en regional arbejdsgruppe. Arbejdsgruppen skal afsøge mulighederne for yderligere tekstning på de regionale tv-kanaler og arbejde på at finde velegnede automatiserede "tale-til-tekst"-løsninger til brug herfor. En repræsentant fra DH (Danske Handicaporganisationer) skal indgå i den nedsatte regionale arbejdsgruppe.

Den regionale arbejdsgruppe skal i 2020 afgive en statusrapport til Kulturministeriet, hvori arbejdsgruppens resultater fremlægges, herunder anbefalinger til udbredelsen af tekstning på de regionale tv-kanaler mhp. eventuel justering af public service-kontrakterne fsva. betjeningen af handicappede.

Når en automatiseret tekstning af de regionale tv-kanaler bliver mulig, skal REGIONEN tekste mindst fire timer dagligt. Tekstning af hovednyhedsudsendelsen indgår ikke i opgørelsen af de fire timer daglig tekstning.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt public service-kontraktens krav, ved udover at tekste den regionale hovednyhedsudsendelse, at formidle indhold på sociale medier (eks.: Facebook, Instagram, Youtube og twitter) med påført tekst eller grafik eller som grafisk indhold så indholdet fremstår meningsfyldt uden lyd. Dette er eksempelvis til gavn for hørehæmmede der følger TV2 ØSTJYLLAND på de sociale medier.

TV2 ØSTJYLLAND gør på hjemmesiden og i spots seerne opmærksomme på, at de på tekst-tv side 399 kan få sat undertekster på nyhederne.

Indslag, som færdiggøres lige op til udsendelsen, kan ikke tekstes på forhånd. De bliver derimod *respeaket*. Dvs. at en særlig medarbejder, respeakeren, taler til en maskine, som under udsendelsen i løbet af nanosekunder finder alle de udtalte ord i en ordbog med fonetisk udtale tilknyttet hvert ord.

Respeakerne laver korrektur på egne og andres tekster, det skaber læring til brug i fremtidige formuleringer og sikrer en bedre kvalitet.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

REGIONEN skal lægge særlig vægt på dansk sprog og aktivt medvirke til at bevare og udvikle det danske sprog, herunder forskellige dialekter, så borgerne oplever et korrekt og forståeligt dansk i REGIONEN's programvirksomhed.

Redegørelse:

Vi arbejder aktivt med sprogpolitikken i den løbende evaluering af udsendelser og indhold. Vores studieværter og nye medarbejdere gennemgår speaktræning med eksterne undervisere med henblik på at optimere det talte sprog.

Vi ønsker, at medarbejderne bruger et klart og tydeligt talesprog i tv og et korrekt skriftsprog på web. Her tilstræber vi at komme så tæt på "rigsdansk" som muligt, men vi udrenser ikke for dialekt. Det gør ikke noget, at seerne kan høre, hvor i landet en vært, reporter eller kilde kommer fra.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder udsende europæiske tv-programmer, herunder programmer fra uafhængige producenter.

Vejledning:

10 pct. af den sendetid i tv, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv, eller 10 pct. af programbudgettet, afsættes til europæiske programmer fra producenter, der er uafhængige af tv-foretagender. Opgørelsen kan ikke foretages på baggrund af *antallet* af programmer.

Bemærk at programkategorien til kontraktens punkt "3.11 Europæiske programmer" (ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv) adskiller sig fra den af kontraktens punkt "3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter" (ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer).

En passende andel skal forbeholdes programmer af ny dato, dvs. programmer, der udsendes senest 5 år efter deres produktion.

Redegørelse:

Alle udsendte programmer i 2021 var Europæiske.

Vi har i 2021 opfyldt denne forpligtelse, idet der er anvendt **60 %** af programbudgettet/programkøbet til europæiske programmer fra producenter der er uafhængige af tv-foretagender.

Alle vores programmer udsendes senest 5 år efter deres produktion.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal gennemføre dialog med befolkningen i regionen, herunder særligt med lytter- og seerorganisationerne, om sin public service-virksomhed. Denne dialog kan finde sted gennem repræsentantskabet, hvori lytter- og seerorganisationerne er repræsenterede.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen, om end i mindre grad end tidligere år grundet corona-restriktioner, der også i 2021 påvirkede muligheden for at samle folk fysisk til public outreach arrangementer.

TV2 ØSTJYLLAND vægter dialogen med brugerne og befolkningen og har gennem de senere år sat en række aktiviteter i gang for at styrke det relations-skabende arbejde.

Repræsentantskabet

Der er p.t. 73 medlemmer af repræsentantskabet, som er sammensat af seerorganisationerne, oplysningsforbundene: AOF, FOF, LOF og FO, idrætsorganisationerne: DIF, DGI og Dansk Firmasport, erhvervsfaglige organisationer: DI og LO, Dansk Ungdoms Fællesråd, kommunerne i Østjylland m.fl.

Ti medlemmer af repræsentantskabet udpeges af seerorganisationerne i området – det er KLF Kirke & Medier og ARF-Multimedier.

TV2 ØSTJYLLANDs repræsentantskab, der mødes to gange om året, er en direkte linje ud til borgerne i Østjylland.

Dialog og relationsskabelse på sociale medier

Gennem hele 2021 har vi afsat et årsværk til at skabe og deltage i samtaler på vores Facebook-Youtube- og Instagramprofiler. Funktionen har flere formål – med kvalificering af debatten som et af de væsentligste – og den direkte kontakt med vores brugere er et af dem. TV2 ØSTJYLLAND har som målsætning, at en medarbejder har vist tilstedeværelse i kommentarsporene til alle de indholdselementer, vi lægger på Facebook, så hvert stykke indhold avler minimum én direkte interaktion mellem en bruger og os.

Lokalreportere

Med dedikerede reportere til at beskæftige sig med hver østjysk kommune er de enkelte reportere særligt synlige for lokalbefolkningen. Vores kendskabsmåling viste i november 2021, at 52 % af østjyderne ved, at vi har lokalreportere og 57% af disse anførte, at de er tilfredse eller meget tilfredse med deres arbejde. Reporterens opgave er i høj grad at sikre en mangfoldighed i kilder samt at sikre en stor lokal tilknytning til TV2 ØSTJYLLAND rundt i landsdelen.

Samarbejde med DMJX og Aarhus Universitet samt øvrig videndeling med offentligheden

Vi har i 2021 deltaget i oplæg på uddannelsesinstitutioner og i faglige netværk, hvor vi har bidraget med vores erfaringer fra arbejdet særligt med den digitale omstilling og digitale- og sociale medier.

Vi har desuden af flere omgange formidlet aktuelle arbejdsmetoder og strategiske og taktiske overvejelser til studerende, kursister og undervisere på DMJX.

Skolepraktik

Det har desværre ikke i 2021 været muligt at afholde vores sædvanlige skolepraktik for folkeskoleelever, grundet corona-restriktioner, men i 2022 er der allerede planlagt et forløb i foråret

Rundvisninger

Vi har desværre ikke i 2021 kunne afvikle vores sædvanlige rundvisninger grundet corona.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

Overordnet forpligtelse: REGIONEN skal stille sit public service-indhold til rådighed for befolkningen på følgende måder:

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

REGIONEN udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, KANALNAVN.¹

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND Sendetid 2021	Øvrige programmer	Nyheder / aktualitet	Programmer i alt	Programmer i alt	Total sendetid
	1. gangs uds.	1. gangs uds.	1. gangs uds.	genudsendelser	Programmer og skilte
<i>timer</i>					
Egenproduktion	27	211	238	447	684
Køb hos uafhængige producenter	25	25	50	269	318
Fra anden TV 2-region	2	-	2	51	53
Total	53	235	289	766	1.055

Her indsættes skema med sendetidsopgørelse.

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendebladen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefloden på TV 2/DANMARK A/S' hovedkanal, TV 2. Udsendelserne skal ske stort set samtidig med udsendelserne på REGIONEN, idet tidsforskydningen maksimalt må være en time. Der henvises til bilag 2, hvoraf de mellem TV 2/DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder aftalte sendetider fremgår. Hvor ikke andet fremgår af aftalen, kræver det enighed mellem parterne at ændre aftalen.²

Vejledning:

Samsendingstiden i "Nyhedsvinduerne" på TV 2 opgøres uden reklamer.

Redegørelse:

Sendetimer:

I 2021 sendte TV2 ØSTJYLLAND i alt 216 timers nyheds- og aktualitetsudsendelser i TV 2-vinduerne. Derudover 51 timers (TV2 DANMARK) reklamer.

Programplan:

17.15–17.21: Regionale nyheder. Sendt mandag-fredag.

18.20–18.26: Regionale nyheder. Sendt mandag-søndag.

19.25–19.25.30: Coming-up på en af dagens vigtigste historier - mandag-søndag.

19.30–19.57: Regionale nyheder. Sendt mandag-søndag.

22.00–22.12: Regionale nyheder. Sendt mandag-torsdag.

TV2 ØSTJYLLAND har levet op til forpligtelsen på at udsende nyheds- og aktualitetsstof i de afsatte vinduer på TV 2. På ovenstående skema fremgår sendestruktur og omfanget af sendeminutter.

Nyheds- og aktualitetsudsendelserne sendes også på stationens 24-timers kanal, TV2 ØSTJYLLAND. Det sker altovervejende simultant.

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

REGIONEN skal drive internetaktiviteter med indhold og tjenester, der bruger internettets formidlingsformer, og som bidrager til REGIONEN's public service-formål, og som er redaktionelt begrundet.

REGIONEN's internetsted skal bl.a. indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billede, lyd og tekst. REGIONEN kan på internetstedet bringe tekstbaserede nyheder.

REGIONEN skal blandt andet stille indhold til rådighed via internettet som simul-/webcast og on demand.

Dette public service-internetsted skal holdes adskilt fra REGIONEN's eventuelle anden internetvirksomhed, som drives på kommercielle vilkår, dvs. uden anvendelse af offentlige tilskud.

REGIONEN skal, så vidt det er teknisk muligt, vælge åbne standarder med henblik på generel tilgængelighed til det indhold, som REGIONEN stiller til rådighed via internettet.

REGIONEN kan ikke oprette nye væsentlige internetbaserede tjenester i kontraktperioden end de ovenfor og i bilag 3 anførte, medmindre Radio- og tv-nævnet godkender iværksættelse af sådanne yderligere tjenester efter reglerne i bekendtgørelse om godkendelse af DR's og de regionale TV 2-virksomheders nye tjenester. Tilsvarende gælder væsentlige ændringer af eksisterende tjenester.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLAND var i 2021 til stede på følgende online-platforme:

www.tv2østjylland.dk

Et stærkt website med godt indhold er afgørende for, at vi bliver relevante for et bredt publikum – også for andre end dem, der ser vores nyhedsudsendelser på tv. Derfor ønsker vi, at tv2østjylland.dk har en central rolle i vores produktion. På hjemmesiden lægger vi vægt på at dække vores region bredt i den daglige nyhedsdækning – både geografisk og i emnevalg – men ikke mindst lægger vi vægt på også at producere velresearchede, gennearbejdede formater, der samler mange brugere – og samler dem i relativt lang tid.

Også på hjemmesiden er video et råstof, og vi har som udgangspunkt video i alle artikler.

Hjemmesidens tekniske del (CMS) driftes og udvikles i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner.

I 2021 var der gennemsnitligt over 171.000 sidevisninger på tv2østjylland.dk dagligt mod knap 169.000 i 2020. Det gennemsnitlige tidsforbrug pr. side faldt fra 2:23 i 2020 til 1:40 i 2021.

Nyhedsapp til smartphones

Vi fik i 2020 en ny og forbedret nyhedsapp til smartphones med styresystemerne iOS og Android som en nem tilgang til vores aktualitetsindhold for vores loyale nyhedsbrugere. Appen inkluderer mulighed for at sende notifikationer, enten når der er breaking news, eller hvis en historie er vigtig nok for tilpas mange østjyder.

Indholdet i nyhedsappen er det samme som på tv2østjylland.dk, og funktionaliteten er stort set den samme.

Nyhedsappen driftes og udvikles i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner. I midten af 2021 skiftede vi datasystem for appen. Fra 1. januar 2021 til 5. juli 2021 havde vi over 22.000 brugere og fra 6. juli 2021 til 31. december 2021 havde vi over 26.000 brugere.

Facebook

TV2 ØSTJYLLAND vægter tilstedeværelsen på Facebook højt, da det er den medietype, næst flest i vores sendeområde benytter dagligt (48 %) iflg. vores kendskabsmåling i 2021.

Vi var i 2021 overordnet til stede på Facebook på tre måder:

1. Hovedsiden TV2 ØSTJYLLAND

På TV2 ØSTJYLLANDs Facebookside udnytter vi først og fremmest vores levende billeder – særligt i ”prime time” på Facebook om aftenen. Video er vores råstof, og video er med til at adskille os fra mange af de andre indholdsleverandører på Facebook - fx andre medier i vores område. Vores opslag tager oftest afsæt i nyheder, der også bringes på vores andre platforme, men de er formateret i stil og tone, så de passer til Facebook.

Vi har i 2021 fortsat afsat et årsværk til at facilitere og kvalificere samtalerne i kommentarsporene i erkendelse af, at vores publicistiske virke ikke stopper, når vi har lagt indholdet på Facebook. Vi ønsker at tage ansvar for, at alle brugere føler, de kan komme til orde, og at samtalerne finder sted på oplyst grundlag, så research og tilvejebringelse af supplerende informationer fortsætter i vores arbejde i kommentarerne.

TV2 ØSTJYLLANDs Facebookside havde ved udgangen af 2021 over 152.000 følgere, og vores indhold nåede gennemsnitligt ud til over 3 mio. brugere pr. måned. Vores videoindhold på Facebook blev i alt set i 57 mio. minutter i 2021.

2. Lokalreporternes egne profiler

TV2 ØSTJYLLANDs lokalreportere bruger deres egne Facebookprofiler til at distribuere relevant indhold for deres respektive lokalområde, men nok så vigtigt benytter de Facebook til at opbygge og dyrke deres kildenetværk og på den måde sikre, at vi er nærværende for alle i vores område og ikke overser vigtige historier. Facebook bruges også af lokalreporterne til at distribuere indhold i relevante borger-, by,- og interessegrupper. Kendskabet til lokalreporterne lå i 2021 på 52 % iflg. vores kendskabsmåling.

Derudover deler vi så vidt muligt vores indhold i relevante interessefællesskaber for at nå bredere ud og starte samtaler i fællesskaber, der allerede er optaget af de emner, vi producerer indhold om.

Spredningen af vores indhold på Facebook er 100 pct. organisk. Vi har aldrig betalt Facebook for at få vores indhold ud til flere brugere via sponsorerede opslag, men vores journalister deler selv vores indhold i relevante fællesskaber for at ramme flere interesserede brugere.

Instagram

Instagram er en populær social platform primært til deling af billeder og korte videoer. Ifølge TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2021 anvender 23% af alle østjyder over 15 år platformen dagligt. I målgruppen 15-29 år er det hele 43%, der bruger Instagram dagligt. Vi bruger opslag og stories på Instagram til at formidle nyhedsindhold på en letforståelig og direkte facon, der ikke kræver forhåndsviden, og til at højne fællesskabsfølelsen i regionen ved at fremhæve særligt smukke steder.

Ved udgangen af 2021 havde vi over 39.000 følgere på Instagram mod lidt over 32.000 ved udgangen af 2020.

YouTube

YouTube er verdens mest populære videoportal. 69% af alle østjyder over 15 år benytter platformen mindst én gang hver måned, viser TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2021, og det er særligt den yngre målgruppe, der bruger YouTube hyppigt. 39 % af de 15-29-årige bruger iflg. samme kendskabsmåling YouTube dagligt.

TV2 ØSTJYLLAND arbejder strategisk med YouTube som distributionsplatform til udvalgte dele af vores videomateriale. Som tv-station er det naturligt at være til stede, hvor brede målgrupper – ikke mindst unge – forbruger video.

Der ligger et antal af mindeværdige arkivklip fra TV2 ØSTJYLLAND på YouTube, ligesom vi konsekvent har udgivet vores programserier på platformen – parallelt med videouniverset på tv2østjylland.dk. Fælles for serierne er, at de taler ind i specifikke målgrupper, niches og interessefællesskaber.

TV2 ØSTJYLLANDs YouTube-kanal havde ved udgangen af 2021 over 27.000 abonnenter mod lidt over 19.000 ved udgangen af 2020.

Twitter

For TV2 ØSTJYLLAND er Twitter først og fremmest en kanal til at gøre andre medier, politikere, erhvervsliv, meningsdannere, organisationer m.v. opmærksomme på vores indhold. Twitter er derimod i mindre grad en kanal til at nå den brede befolkning. Dertil er målgruppen for lille.

Vi producerer derfor heller ikke selvstændigt indhold til Twitter, men bruger platformen til at distribuere eksisterende indhold fra tv2østjylland.dk, som er relevant for meningsdannere, politikere m.v.

TV2 ØSTJYLLAND havde ved udgangen af 2021 lidt over 5.100 følgere på Twitter mod 4.900 ved udgangen af 2021.

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

REGIONEN skal medvirke til at gøre det muligt for Det Kongelige Bibliotek at give publikum adgang til, inden for rammerne af ophavsretslovgivningen, at se eller høre tidligere udsendte nyheds- og aktualitetsudsendelser.

REGIONEN skal af kulturarvsmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

REGIONEN skal fremme digitaliseringen af programarkiverne for bl.a. på denne måde at give borgerne adgang til sine programarkiver, dog med de begrænsninger, der følger af lovgivningen mv., herunder ophavsretsloven.

REGIONEN skal aktivt arbejde for i videst muligt omfang at kunne gøre REGIONEN programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

Redegørelse:

Vores udsendelser er siden 1. januar 2009 bevaret på tv2østjylland.dk som enkelt-indslag og udsendelser.

TV2 ØSTJYLLAND er en af de TV2 regioner, hvor udsendelserne kontinuerligt nedtages digitalt og er bevaret i Statens Mediesamling på Det Kgl. Bibliotek i Aarhus. TV-indslag fra stationens start til i dag er bevaret i vores båndarkiv.

Vores arkiv er intakt fra stationens start, men det er ikke fuldt digitaliseret.

De "gamle" indslag og udsendelser bliver digitaliseret i forbindelse med genanvendelse. Vi planlægger at starte digitalisering af arkivet i løbet af 2022, evt. i samarbejde med Det Kgl. Bibliotek i Aarhus

Vi oplever ingen nævneværdig interesse for vores gamle arkiv, der fortrinsvis består af nyhedsudsendelser.

6. Finansiering

6.1. Hoved- og nøgletal

Redegørelse:

Beløb i kr. 1.000	2021	2020	2019	2018	2017
Resultatopgørelse:					
Indtægter i alt	71.561	72.641	72.925	73.327	73.032
Driftsomkostninger i alt	-64.883	-63.193	-65.966	-67.259	-70.183
Resultat før af- og nedskrivninger	6.679	9.449	6.959	6.068	2.849
Af- og nedskrivninger	-4.606	-5.190	-4.519	-5.599	-4.947
Finansielle poster, netto	-3.000	-951	-1.121	-1.100	-1.153
Årets resultat	-927	3.308	1.319	-631	-3.251

Balancesum, ultimo	49.010	55.513	46.725	47.494	47.319
---------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

Egenkapital, ultimo	13.284	11.622	7.852	6.336	6.560
----------------------------	---------------	---------------	--------------	--------------	--------------

Soliditet (egenkapitalandel)	27,1	20,9	16,8	13,3	13,9
-------------------------------------	------	------	------	------	------

Likviditet fra:					
Driftsaktiviteter	444	15.839	3.788	8.146	610
Investeringer	-715	-2.329	-4.930	-4.234	-7.847
Finansiering	-2.458	-596	-638	-800	-800
Årets likviditetsvirkning	-2.729	12.914	-1.779	3.112	-8.037

Dette dokument er underskrevet af nedenstående parter, der med deres underskrift har bekræftet dokumentets indhold samt alle datoer i dokumentet.

This document is signed by the following parties with their signatures confirming the documents content and all dates in the document.

Inga Juul Vind

PID: 9208-2002-2-838669203706 NEM ID
Tidspunkt for underskrift: 27-04-2022 kl.: 12:47:13
Underskrevet med NemID

Anne Thorø Nielsen

PID: 9208-2002-2-280304814935 NEM ID
Tidspunkt for underskrift: 27-04-2022 kl.: 12:45:22
Underskrevet med NemID

This document is signed with esignatur. Embedded in the document is the original agreement document and a signed data object for each signatory. The signed data object contains a mathematical hash value calculated from the original agreement document, which secures that the signatures is related to precisely this document only. Prove for the originality and validity of signatures can always be lifted as legal evidence.

The document is locked for changes and all cryptographic signature certificates are embedded in this PDF. The signatures therefore comply with all public recommendations and laws for digital signatures. With esignatur's solution, it is ensured that all European laws are respected in relation to sensitive information and valid digital signatures. If you would like more information about digital documents signed with esignatur, please visit our website at www.esignatur.dk.

This document has esignatur Agreement-ID: 7a4a83xKppZ247522515